

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. UMKM Rumah WH8 memproduksi cake bengkuang sejak 12 Juni 2013 dengan bentuk struktur organisasi usaha masih sangat sederhana dan belum bersifat tertulis. Ditinjau dari aspek manajemen produksi, usaha sudah melakukan produksi melalui tahapan-tahapan yang baik, akan tetapi kendala yang dihadapi pada perencanaan produksi adalah, dalam memperoleh bahan baku bengkuang, dan tidak adanya fasilitas pergudangan untuk proses produksi. Dilihat dari aspek sumberdaya, dimana usaha mempunyai 13 orang tenaga kerja yang berada pada umur produktif, akan tetapi tenaga kerja tidak efisien, dimana banyak terjadi keluar masuk tenaga kerja, serta tidak adanya pelatihan untuk tenaga kerja dari instansi terkait. Untuk aspek keuangan, dengan modal awal usaha adalah sebesar Rp. 20.525.000, yang sudah dapat diputar kembali untuk membeli peralatan dan membuka Toko Rajo Bengkuang, sedangkan untuk bentuk pencatatan keuangan masih dilakukan oleh pemilik usaha yang merangkap jabatan pada bagian produksi dan bagian keuangan. Aspek pemasaran yang dilakukan, dimana produk yang ditawarkan bermacam-macam dan dengan harga yang bervariasi sehingga dapat dijangkau oleh konsumen, akan tetapi promosi yang dilakukan masih mengandalkan media sosial, sedangkan promosi langsung kepada konsumen masih kurang sehingga produk tidak terlalu dikenal oleh konsumen.
2. Berdasarkan analisis persepsi konsumen didapatkan hasil secara keseluruhan bahwa konsumen belum puas dengan produk cake bengkuang UMKM Rumah WH8. Hal ini terlihat dari tekstur dengan kinerja yang masih rendah sehingga perlu menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Cita rasa, warna, dan harga perlu dipertahankan, karena konsumen sudah puas terhadap kinerjanya. Kemasan, izin produksi, daya tahan, lokasi pembelian, dan ketersediaan produk, berada pada prioritas rendah dan tidak perlu menjadi pertimbangan perbaikan oleh pemilik

usaha sedangkan kecepatan penjual dalam melayani konsumen dianggap berlebihan dan perlu dikurangi dalam kinerjanya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diketahui harapan atau keinginan konsumen produk cake bengkung untuk tekstur perlu lebih lembut. Untuk itu pihak pemilik usaha dapat meningkatkan tekstur cake bengkung sehingga sesuai dengan tingkat kepentingannya. Untuk dapat meningkatkan tekstur ini, dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan bahan baku antara bengkung dengan tepung terigu yang seimbang agar tekstur cake bengkung dapat menjadi lebih baik. Langkah lain yang dapat dilakukan adalah dengan mengontrol berapa lama cake bengkung yang berada pada Toko Rajo Bengkung, dimana cake bengkung yang sudah beberapa hari berada dalam *showcase* dapat diganti dengan cake bengkung yang baru diproduksi sehingga tekstur cake bengkung dapat lebih lembut dan tidak terlalu padat.

Untuk cita rasa, warna, dan harga dari cake bengkung dapat dipertahankan kualitasnya agar konsumen tetap melakukan pembelian ulang untuk cake bengkung dari Usaha Rumah WH8. Jika cita rasa, warna, dan harga dari cake bengkung tetap dipertahankan maka akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk, dimana tingkat kepentingannya dianggap tinggi oleh konsumen.

Untuk memperbaiki persepsi konsumen terhadap produk cake bengkung secara keseluruhan pada Usaha Rumah WH8 dapat dilakukan dengan peningkatan kinerja pada produk cake bengkung. Langkah yang dapat diterapkan oleh Usaha Rumah WH8 adalah dengan meningkatkan promosi kepada konsumen terutama konsumen pada tingkat umur produktif melalui promosi melalui media cetak seperti surat kabar, brosur, dan lain sebagainya. Promosi melalui media sosial yang dapat lebih ditingkatkan melalui instagram, facebook, maupun website-website resmi lainnya. Promosi langsung dengan konsumen merupakan solusi untuk menarik konsumen secara langsung dengan mendatangi acara-acara yang ada maupun membuka *stand* pada keramaian-keramaian di lokasi tertentu.